

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Teknologi telah mengalami perkembangan yang pesat seiring berjalannya waktu. Perkembangan teknologi telah menciptakan revolusi besar dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Dari revolusi industri hingga era digital, teknologi terus mengubah cara masyarakat melakukan aktivitas sehari-hari. Salah satu perubahan paling mencolok yang disebabkan oleh perkembangan teknologi adalah meningkatnya penggunaan internet di berbagai negara, terutama Indonesia.

Munculnya internet telah mengubah proses komunikasi dan pertukaran informasi. Internet memberikan kemudahan akses dan konektivitas yang tak terbatas yang dapat membawa perubahan besar kepada masyarakat Indonesia dalam melakukan aktivitas sehari-harinya, seperti berkomunikasi, bekerja, belajar, dan bersenang-senang. Saat ini banyak masyarakat Indonesia yang mulai mengandalkan internet dalam beberapa aspek kehidupan mereka.

**Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia**



Sumber: indonesiabaik.id (2023)

Gambar di atas adalah data hasil survei penetrasi internet di Indonesia yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Berdasarkan hasil survei tersebut dapat diketahui bahwa pengguna internet di Indonesia pada periode 2022 – 2023 mencapai 215,63 juta jiwa. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa.

Menurut laporan APJII, pengguna internet di Indonesia berdasarkan pekerjaan sangat beragam. Pelajar dan mahasiswa adalah pengguna terbanyak dengan persentase mencapai 98,88%, diikuti oleh pekerja sebanyak 84,72%, ibu rumah tangga 77,85%, warga yang tidak bekerja 72,01%, dan pensiunan 71,84%. Hasil ini menggambarkan bahwa internet telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari sebagian besar masyarakat Indonesia. Internet mengubah cara mereka menjalani aktivitas sehari-hari. Tidak hanya dalam pekerjaan, berbagai kelompok masyarakat dari berbagai latar belakang juga mulai menggunakan internet dalam berbagai aspek kehidupan mereka.

Salah satu contoh paling mencolok dari bagaimana internet telah mengubah kebiasaan sehari-hari masyarakat adalah munculnya bisnis digital, termasuk jasa transportasi online. Pada zaman dahulu, untuk melakukan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain seringkali memerlukan panggilan telepon taksi konvensional atau pencarian angkutan umum di jalan. Namun, dengan munculnya perusahaan-perusahaan yang menyediakan jasa transportasi online, masyarakat dapat memesan layanan transportasi dengan cepat melalui aplikasi di ponsel pintar mereka.

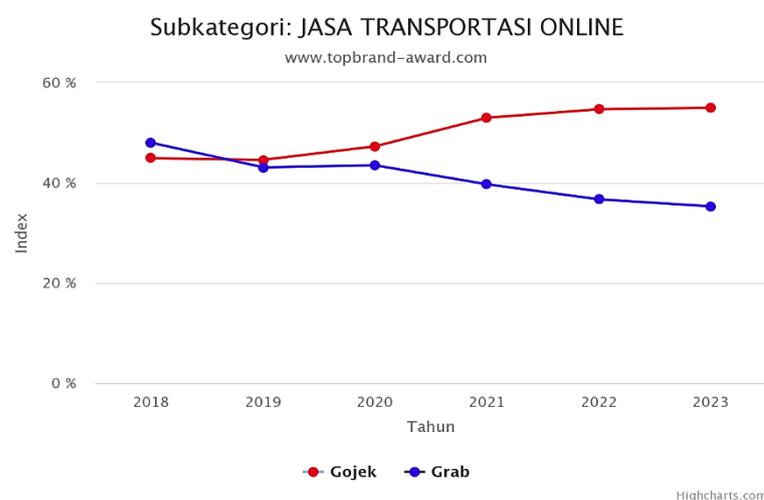
Munculnya jasa transportasi online telah mengubah paradigma bagaimana orang berpindah dari satu tempat ke tempat lain. Pemesanan transportasi online menghadirkan kenyamanan dan fleksibilitas yang belum pernah terjadi sebelumnya. Pengguna dapat melacak kedatangan pengemudi mereka secara *real-time*, mengetahui perkiraan biaya perjalanan, dan bahkan melakukan pembayaran elektronik tanpa perlu uang tunai. Selain itu, model bisnis ini juga menciptakan peluang ekonomi bagi individu yang ingin menjadi pengemudi.

Perkembangan teknologi dan bisnis digital seperti jasa transportasi online memiliki dampak yang signifikan pada masyarakat. Dengan kenyamanan yang ditawarkan oleh layanan ini, lebih banyak orang cenderung menggunakan transportasi online daripada alternatif tradisional. Hal ini dapat mengurangi tekanan pada sistem transportasi umum dan memungkinkan mobilitas yang lebih efisien.

Salah satu perusahaan terkenal di Indonesia yang menyediakan jasa transportasi online adalah Gojek. Gojek merupakan perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Saat ini Gojek telah menyediakan layanan transportasi online yang terdapat di beberapa kota atau kabupaten, dari Sabang sampai Merauke.

Seiring berjalannya waktu, jasa transportasi online semakin diminati oleh masyarakat Indonesia. Tentunya ini dapat menjadi peluang bagi banyak orang untuk mendirikan suatu bisnis jasa transportasi online agar dapat bersaing dengan Gojek. Peluang tersebut mulai dimanfaatkan beberapa perusahaan jasa transportasi online dari luar negeri dengan masuk ke pasar Indonesia dan bersaing dengan Gojek. Salah satu perusahaan jasa transportasi online dari luar negeri yang terkenal adalah Grab. Perusahaan ini juga tidak kalah terkenal dengan Gojek. Bahkan, Grab dan Gojek merupakan perusahaan yang sama-sama pernah mendapatkan penghargaan *Top Brand Award* hingga saat ini.

**Gambar 1. 2 Peringkat Top Brand Transportasi Online di Indonesia Tahun 2018 - 2023**



Sumber: www.topbrand-award.com (2023)

Gambar di atas adalah merek jasa transportasi online yang mendapatkan penghargaan *Top Brand Award*. *Top Brand Award* merupakan sebuah penghargaan yang diberikan untuk merek-merek unggul dengan performa yang luar biasa di pasar Indonesia. Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa selama 5 tahun terakhir ini persentase *Top Brand* pada Gojek terus meningkat. Pada tahun 2018, Grab mendapatkan persentase *Top Brand* yang lebih tinggi daripada Gojek. Namun, pada tahun 2019 hingga saat ini Gojek menjadi *brand* jasa transportasi online yang selalu mendapatkan persentase *Top Brand* yang lebih tinggi daripada Grab. Bahkan nilai persentase *Top Brand* pada Gojek semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa sampai saat ini Gojek masih dipercaya oleh masyarakat Indonesia sebagai merek atau perusahaan jasa transportasi online yang unggul dengan performa yang luar biasa di Indonesia. Pencapaian tersebut tidak hanya mencerminkan dominasi pasar, tetapi juga mencerminkan pengakuan masyarakat atas dedikasi Gojek dalam memberikan pelayanan yang berkualitas bagi pelanggan mereka.

Gojek berusaha dengan sungguh-sungguh untuk mempertahankan posisinya sebagai pemimpin dalam industri jasa transportasi online di Indonesia dengan memahami betapa pentingnya kualitas pelayanan. Dengan berbagai macam layanan yang mereka tawarkan, seperti GoRide (sepeda motor), GoCar (mobil), dan lain sebagainya, Gojek telah membentuk ekosistem yang mendukung berbagai kebutuhan pelanggan. Aspek-aspek seperti keamanan, kenyamanan, transparansi harga, pelayanan pelanggan yang responsif, dan pengemudi yang profesional adalah komponen utama yang telah mendorong kualitas pelayanan Gojek ke tingkat yang sangat dihargai oleh pelanggan.

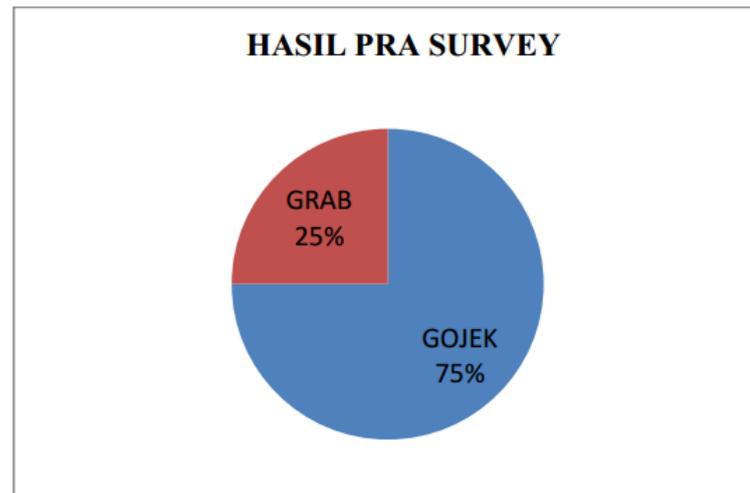
Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2012) dalam (Rahmah 2020) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima dan dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Pelayanan yang berkualitas dan mampu memenuhi harapan konsumen adalah yang paling utama untuk disediakan oleh perusahaan bila ingin konsumennya puas.

Menurut beberapa literatur penelitian bisnis, kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh (Safitri and Hayati 2022), yang mana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut (Indrasari 2019:61), produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi.

Beberapa literatur penelitian bisnis, juga ada yang menyatakan bahwa kualitas layanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh (Ningrum dan Dwiridotjahjono 2021), yang mana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Menurut (Lusiah 2018:49) loyalitas pelanggan secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas sesuatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Loyalitas pelanggan terhadap barang atau jasa tertentu tergantung beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas pelayanan dari barang atau jasa tersebut. Selain itu, loyalitas pelanggan juga tergantung pada tingkat kepuasan yang didapat dari barang atau jasa yang di beli.

Uraian literatur-literatur tersebut membuat penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian tentang kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan Gojek. Penelitian ini akan berfokus pada mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jawa Timur dari semua angkatan yang pernah menggunakan jasa transportasi online Gojek sebagai subjek penelitian. Penulis menetapkan kelompok mahasiswa sebagai subjek penelitian karena pada saat ini intensitas penggunaan jasa transportasi online pada mahasiswa cukup tinggi. Selain itu, alasan penulis menetapkan mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jawa Timur dari semua angkatan yang merupakan pengguna jasa transportasi online Gojek sebagai subjek penelitian adalah karena penulis merujuk pada data hasil survei dalam penelitian yang dilakukan oleh (Abimanyu 2020). Berikut adalah data hasil surveinya.

**Gambar 1. 3 Persentase Mahasiswa FISIP UPNVJT Pengguna Jasa Transportasi Online 2020**

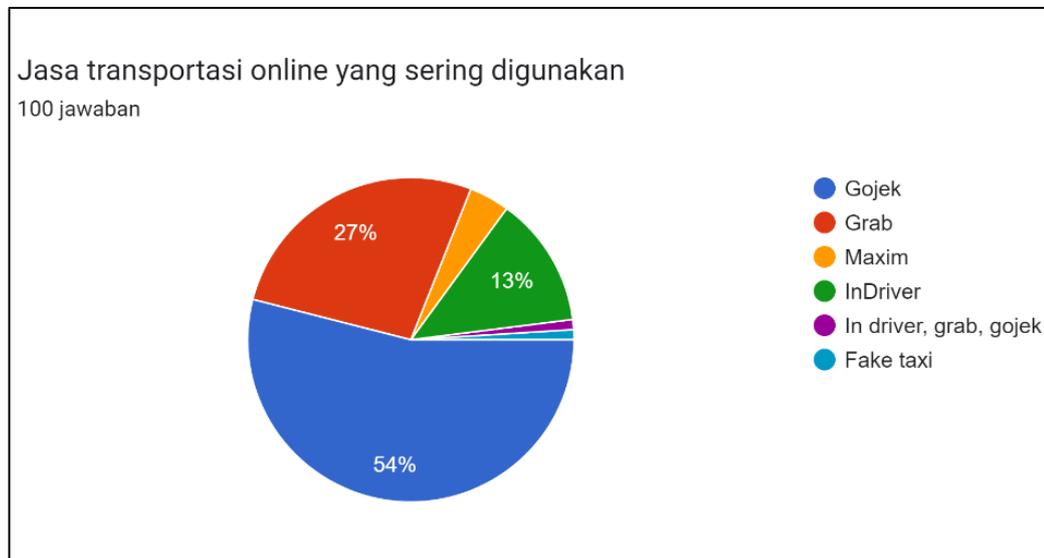


Sumber: (Abimanyu 2020)

Data hasil survei tersebut diperoleh dari 60 responden yang merupakan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jawa Timur pengguna jasa transportasi online. Survei tersebut dilakukan pada tahun 2020. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa 45 dari 60 mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jawa Timur cenderung lebih banyak menggunakan jasa transportasi online dari Gojek dibandingkan dengan jasa transportasi online yang lain.

Selain itu, penulis juga melakukan survei mengenai pengguna jasa transportasi online pada mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jawa Timur dari semua angkatan pada tahun 2023. Survei ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Berikut adalah hasil survei yang dilakukan oleh penulis.

**Gambar 1. 4 Persentase Mahasiswa FISIP UPNVJT Pengguna Jasa Transportasi Online 2023**



Sumber: Survei Oleh Peneliti 2023

Berdasarkan hasil survei di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jawa Timur dari semua angkatan pada tahun 2023 lebih sering menggunakan jasa transportasi online Gojek. Dari 100 responden terdapat 54% responden yang sering menggunakan jasa transportasi online Gojek. Sedangkan 46% responden lebih sering menggunakan jasa transportasi online yang lain seperti Grab, Maxim, InDriver, dan lain-lain.

Berdasarkan kedua data hasil survei di atas, maka dapat diketahui bahwa pada saat ini Gojek masih menjadi perusahaan jasa transportasi online yang lebih diminati oleh mayoritas mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jawa Timur. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus pada mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jawa Timur dari semua angkatan yang merupakan pengguna jasa transportasi online Gojek.

Adapun judul yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jawa Timur)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis menentukan beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini. Adapun rumusan masalah yang akan dibahas yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online Gojek?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan jasa transportasi online Gojek?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan jasa transportasi online Gojek?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan jasa transportasi online Gojek?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online Gojek
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan jasa transportasi online Gojek
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan jasa transportasi online Gojek
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan jasa transportasi online Gojek.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dan teoritis pengembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran terkait dengan pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan atau pertimbangan bagi pelaku bisnis atau perusahaan mengenai kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian yang akan datang khususnya yang terikat dengan variabel-variabel yang diteliti.